2008年7月11日

個人投資家向け会社説明会　ミーティングメモ

株式会社キングジム（7962）（http://www.kingjim.co.jp/）

日　時：2008年5月31日（土）16:00～16:55
場　所：グラントウキョウ　ノースタワー　18F
説明者：代表取締役社長　宮本 彰　氏

1.　会社概要

・　当社は1927年に創業し、1987年に店頭市場に、2001年に東京証券取引市場第2部に、2005年に第1部に上場しています。主な事業は事務用ファイル「キングファイル」と電子文具「テプラ」の製造販売です。年間売上高は連結で約304億万円です。

2.　当社の目指す方向

・　当社は「専門ジャンルでのトップメーカー」を目指しています。通常は総合文具メーカーを目指す場合が多いのですが、当社の場合はしばらくファイルに特化してきました。そして、テプラを出してからはラベルライターという新しい柱ができました。今後は第3の柱をつくっていく必要があると思っています。
・　仮に当社が総合文具メーカーを目指して、例えば市場の大きなボールペンを扱えば、多少は売れるでしょうが、その分野では負け犬になります。負け犬商品はつくりたくないのです。だから専門メーカーにこだわるのです。やるのならシェアナンバーワンになるような商品をやりたいのです。そのため、なかなか新しい分野に出られないのですが、市場が成熟してきた以上、もうファイルとテプラに頼ってはいられません。シェアが高いと、その市場が伸びない限りもう伸びしろがないのです。したがって、新しいものをやっていかなければ今後の未来は開けません。そこで、基本路線はM＆Aになってくると考えています。

3.　事業内容

・　一般文具の主力商品はパイプ式厚型ファイル「キングファイル」です。昭和39年に日本で最初に当社がつくりました。今では日本中のオフィスで最も多く使われているファイルとなりました。厚型ファイルのシェアは64%で圧倒的です。
・　その他のファイルでは、最近は生活収納シリーズと名付けて家庭向け商品をたくさん出しています。取扱説明書ファイルは、丈夫でCDなども入れられるポケットをつけて売り出したところ大ヒットとなりました。2005年12月の発売時の目標は初年度5万冊だったのですが、実績は初年度でいきなり30万冊売れました。2年間の累計で100万冊を突破するヒット商品になっています。その後、領収書ファイル、家庭の医療ファイル（診察券・保険証等）、ケーブル＆アダプターケース、ポイントカードケース、クッキングファイル（レシピ等）、出前メニューファイル等、次々と出しています。

・　当社のもう一つの大きな柱は電子文具「テプラ」です。テプラは文字を打ち込んだものがラベルとして出てくるラベルライターです。ラベルライターの当社シェアは 63.6%で、厚型ファイル同様、圧倒的なシェアを占めています。
・　6 月 2 日には、スタイリッシュなキューブ型テプラが新発売になります。また、社会貢献の意味合いも含め、点字対応モデルも発売しています。特に公共施設などで目の不自由な方が触ってご理解いただくための点字ラベル用のテプラです。これは、平仮名を入力して点字に変換するという当社が誇れる技術です。

4.　キングジムグループと生産体制

・　（株）ラドンナは、M&A で子会社化したフォトフレームの企画・販売会社です。（株）G クラッセは、（株）合同を M&A で子会社化した時計の企画・販売会社です。（株）アスカ商会は、M&A で取得した造花やインテリア雑貨の輸入・企画・販売会社です。（株）キングビジネスサポートは、グループ内のオフィスサービスを担う会社です。
・　海外の製造子会社は、インドネシア、マレーシアに置いています。ベトナムは現在建設中で、6 月には完成する予定です。販売子会社は上海に置いています。
・　国内にはつくば工場、松戸工場があります。海外には、インドネシア、マレーシア、ベトナムに工場があります。インドネシア工場は従業員数が一番多く、クリアファイルはすべてここで製造しています。マレーシア工場は、よい鉄が入手しやすい国ということもあり、ファイルのとじ具を製造しています。

5.　業績、株主還元

・　ファイルとテプラの市場の成熟と景気の低迷で、少しずつ減収が続いていたのですが、2007 年 6 月期の決算ではわずかながら増収に転じました。
・　2011 年 6 月期の連結見通しは、売上高 376 億円、当期純利益 18 億円、ROE8.0%です。
・　当社は基本的に、配当性向で 30%はお出ししようと決めています。2006 年 6 月期は、東証 1 部上場記念配当 6 円と合わせて 20 円配当、2007 年 6 月期も、創業 80 周年記念配当 6 円と合わせて 20 円配当でした。
・　株主優待について、昨年までは 100 株以上 1,000 株未満の方には 1,500 円相当の自社商品、1,000 株以上の方には 3,000 円相当の自社商品を差し上げていましたが、今年からは、100 株以上 1,000 株未満の方が 2,500 円相当、1,000 株以上の方が 5,000 円相当の自社商品へと増額しました。個人向けの商品で、取扱説明書ファイル、フォトフレーム等を中心に優待を実施しています。

6.　経営施策

・　第 3 の柱については自社開発がベストではありますが、時間をかけずに、また、余剰資金の有効活用といった観点からも、基本はやはりM＆Aだろうと考えています。

- ファイルやテプラ等の文具から、電子機器等のハイテク型、インテリア雑貨等のローテク型までの範囲で M&A を考えています。この中から第 3 の柱になるようなものを模索していきたいと考えています。
- 2002 年に上海に関連会社を設立しました。現地の文具卸会社を買収したもので、2005 年に子会社化しています。現在は主にファイルを売っていますが、昨年テプラの中国語バージョンをつくりましたので、この商品は中国市場でかなり期待できると思っています。中国では小売店の展開もしており、自ら流通も手掛け、有名デパートで文具店の経営を行っています。極めて好調で、今後も期待をしています。
- 原材料費高騰への対応が非常に大きな経営課題となっています。ベトナム工場が完成した際には、準主力商品のかなりの数をベトナム工場に移すつもりです。ここで 3 年後には 5 億円のコストダウンを見込んでおり、原材料費の値上げはここで吸収していこうと考えています。ただ、すべて吸収できるわけではありませんので、吸収できない部分は価格に転嫁させていただくことになります。当社としては 18 年ぶりの価格改定なのですが、一部の商品が 6 月 23 日から値上げとなります。

7. 経営理念

- 「独創的な商品を開発し、新たな文化の創造をもって社会に貢献する」を経営理念として掲げています。メーカーはものづくりがすべてだと思っています。当社の歴史を見ても、創業者である私の祖父も、工夫、考案が大好きで、世の中に無いものをつくってきた人物でした。そういった中から、パイプ式ファイルやテプラのような当社が元祖のヒット商品が生まれてきたのです。やはり、世の中に無いものをつくることがメーカーとしての一番の楽しみだと思っていますので、その基本を常に忘れず、良いものをつくって社会に貢献することが大切だと思うのです。「文房具は貧乏具」と言われることもあるように、文具は低単価のものが多いので売上を増やすのは大変ですが、私はむしろ「高い文化を育てる文具」と言われるように、文化の担い手であるという誇りを持ってやっていくべきだと思っています。

以上